

## ABSTRAK

Nilai pelanggan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan barang. Konsumen akan memperkirakan penawaran mana yang akan memberikan nilai yang tertinggi bagi mereka dan mereka menginginkan nilai yang maksimal. Penelitian ini mencoba menganalisis pengaruh nilai pelanggan dan lingkungan budaya terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan uji terhadap 100 orang pelanggan distro yang berdomisili di Sleman-DIY. Pengujian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan secara parsial. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan lingkungan budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan hasil dari analisis parsial menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun pada lingkungan budaya berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian para pelanggan distro yang berdomisili di Sleman-DIY.

**Keyword:** nilai pelanggan, lingkungan budaya, keputusan pembelian.